

Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang

Endah Rismayanti

email: endahrisma10@gmail.com

Universitas PGRI Semarang

Abstract

This research was motivated by the results of observations at Upmart PGRI University Semarang which stated that there was less variety of products provided, less friendly employees, less price friendly, and decreased sales volume. Satisfaction, namely the response someone feels when they receive the product or service offered, then their expectations have been met or exceeded. Destination research to know the effect of product variation, quality service, and price product partially or simultaneously on consumer satisfaction shopping at Upmart PGRI University Semarang. This type of quantitative research with causal associative approach. Techniques used in collecting data using a questionnaire or questionnaire method. The population is Upmart Universitas PGRI Semarang consumers, while the sample in this study is 100 respondents, then processed using SPSS. The results of the study indicate that there is a positive effect of product variation, service quality, and product price on consumer satisfaction, either partially or simultaneously on consumer satisfaction.

Keywords: Product Variation, Service Quality, Product Price, and Consumer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh hasil observasi di Upmart Universitas PGRI Semarang yang menyatakan bahwa kurang bervariasi produk yang disediakan, karyawan yang kurang ramah, harga yang kurang bersahabat, serta volume penjualan menurun. Kepuasan yaitu respon seseorang yang dirasakan ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan, kemudian harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan, dan harga produk secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang. Jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan metode kuesioner atau angket. Populasinya adalah konsumen Upmart Universitas PGRI Semarang, sedangkan sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden, kemudian diolah dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif variasi produk, kualitas pelayanan, dan harga produk terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Produk, dan Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

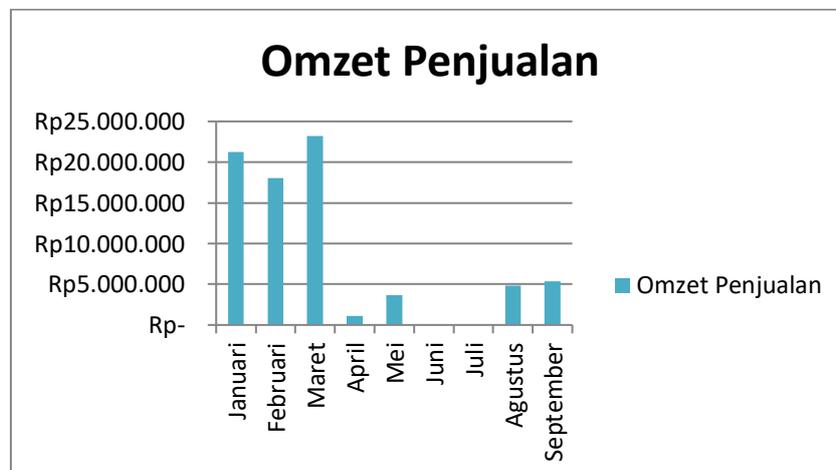
Perkembangan zaman yang modern ini, banyak perusahaan menginginkan eksis dalam mempertahankan produk dan jasanya supaya dikenali oleh masyarakat secara luas. Perusahaan mampu mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, supaya tujuan tersebut dapat tercapai, perusahaan harus memiliki strategi perusahaan.

Pesatnya perkembangan dan pertumbuhan bisnis ritel, didukung gaya hidup konsumen yang modern. Dengan adanya perubahan tersebut, menuntut perusahaan mengimbangi kehidupan sehari-hari. Ada beberapa supermarket atau minimarket yang menyediakan kebutuhan sehari-hari dalam jumlah yang cukup besar. Hal tersebut tentunya konsumen memiliki banyak pilihan dalam memenuhi kebutuhan atau keinginannya.

Universitas PGRI Semarang tidak kalah dalam membangun sebuah minimarket, salah satunya minimarket yang sudah terkenal dikalangan mahasiswa Universitas PGRI Semarang yaitu “Upmart”. Upmart UPGRIS berlokasi di jalan Gajah Raya No.40, Sambirejo tepatnya di sebelah GOR Kampus 4 Universitas PGRI Semarang. Kebutuhan yang disediakan di Upmart adalah kebutuhan sehari-hari, antara lain makanan ringan, minuman, perlengkapan mandi (sabun mandi, pasta gigi, shampo, dan lain-lain) ATK (alat tulis kantor), jas almamater, dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil observasi awal oleh peneliti, bahwa variasi produk yang disediakan Upmart Universitas PGRI Semarang kurang bervariasi, hal itu dikeluhkan oleh beberapa konsumen. Selain itu, adanya karakteristik dari karyawan yang ditandai dengan mimik wajah yang masam dan kurang ramah. Hal ini tentunya menjadi halangan konsumen kurang puas terhadap pelayanannya.

Tabel 1.2 Data Omzet Penjualan Upmart Bulan Januari – September 2020



Sumber : Upmart, 2020

Berdasarkan data omzet penjualan Upmart bulan Januari - September 2020, dapat disimpulkan bahwa bulan Februari 2020 mengalami penurunan sebesar -0,17%, disusul pada bulan Maret perlahan mengalami kenaikan menjadi 0,22%. Selanjutnya, bulan April 2020 anjlok menjadi -19,71%. Bulan Juni-Juli 2020, Upmart sementara tutup dikarenakan adanya pandemic *COVID-19*. Bulan September 2020 mengalami kenaikan sebesar 0,10% dibandingkan bulan sebelumnya. Data tersebut menunjukkan adanya volume penjualan yang menurun. Faktor menurunnya omzet penjualan karena adanya pandemic *COVID-19* yang menyebabkan menurunnya jumlah konsumen, faktor lainnya yaitu harga yang kurang bersahabat.

Rumusan penelitian 1) Apakah variasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? 3) Apakah harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen? 4) Apakah variasi produk, kualitas pelayanan, dan harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?. Tujuan penelitian ini untuk menguji apakah variasi produk, kualitas pelayanan, dan harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang. Manfaat penelitian ini yaitu menambah wawasan dan sebagai bahan evaluasi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif, jenis penelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian ini yaitu konsumen Upmart Universitas PGRI Semarang. Teknik pengambilan sampel yakni *purposive sampling*, kriteria konsumen pernah berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang minimal 2 kali. Sampel penelitian sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket. Pengukuran variabel menggunakan skala *likert*. Teknik analisis data yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t & uji F) serta koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Subyek penelitian ini yaitu konsumen Upmart Universitas PGRI Semarang yang sudah pernah berbelanja minimal 2 kali, dengan jumlah 100 konsumen. Data dari hasil penelitian terdiri dari 3 variabel *independent* yaitu Variasi Produk (X_1), Kualitas Pelayan (X_2), dan Harga Produk (X_3), serta variabel *dependent* yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

1. Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan variasi produk nilai T hitung sebesar 3,792 dengan T tabel ($\alpha=5\%$, $df=97$) yaitu 1,66071. Nilai t postif menunjukkan bahwa variabel variasi produk (X_1) memiliki hubungan yang sejalan dengan kepuasan konsumen (Y). Nilai Signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Karena T hitung $>$ T tabel dan $Sig. <$ α , maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh yang positif variasi produk terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Suwito & Nugroho (2018), yang menunjukkan bahwa variasi

produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Variasi produk yang beranekaragam dapat meningkatkan kepuasan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel kualitas pelayanan nilai T_{hitung} sebesar 11,952 dengan T_{tabel} ($\alpha=5\%$, $df=97$) yaitu 1.66071. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki hubungan yang sejalan dengan kepuasan konsumen (Y). Nilai Signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Karena $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan $Sig. < \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang. Hasil berikut selaras dengan Yanuar dkk. (2017), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan indikator yang dapat menentukan kepuasan, karena ketika pelayanan karyawan yang diberikan kepada konsumen itu baik tentu konsumen akan merasa puas.

3. Pengaruh Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel harga produk nilai T_{hitung} sebesar 29,871 dengan T_{tabel} ($\alpha=5\%$, $df=97$) yaitu 1.66071. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel harga produk (X_3) memiliki hubungan yang sejalan dengan kepuasan konsumen (Y). Nilai Signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000. Karena $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan $Sig. < \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh yang signifikan harga produk terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang. Penelitian ini juga selaras dengan penelitian dari Kadrie & Bambang (2018), yang menunjukkan bahwa harga produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Harga berperan penting dalam proses suatu transaksi jual beli, terlebih masyarakat kalangan menengah bawah harga sangat berpengaruh dalam menunjang kepuasan.

4. Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga, Produk terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 68,046. Dimana untuk nilai F_{tabel} dengan $n=100$, $k=3$, df pembilang (df_1)=2, df penyebut (df_2)=97 sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 2,70. Nilai sig. pada uji F sebesar 0,000. Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $Sig. < \alpha(0.05)$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variasi produk, kualitas pelayanan dan harga produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang.

Besarnya pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan, dan harga produk terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari nilai *Adjusted R square* (koefisien determinasi simultan) sebesar 0,670. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variasi produk, kualitas pelayanan, dan harga produk berpengaruh sebesar 67,0 % terhadap kepuasan konsumen

berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang, sedangkan sisanya 33,0 % variabel lain yang mempengaruhi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan penelitian ini yaitu variasi produk, kualitas pelayanan, dan harga produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang. Saran yang ingin diberikan yaitu akan lebih baik Upmart Universitas PGRI Semarang bisa lebih mengembangkan kembali variasi produknya yang mungkin masih kurang lengkap, kualitas pelayanannya yang juga kurang maksimal dan harga produknya lebih bersahabat dengan uang saku mahasiswa sehingga mahasiswa lebih tertarik dan merasa puas ketika berbelanja di Upmart Universitas PGRI Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Kadrie, N. A. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 7 No.12 Desember*, 1-17.
- Suwito, A. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Image, dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Koperasi Kareb Bojonegoro. *Jurnal Manajemen dan Administrasi Publik Vol. 1 No.1 Januari-Maret*, 110-123.
- Yanuar, M. M. (2017). Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol.3 No.1 Juni*, 61-80.